

KEBIJAKAN INDUSTRI KREATIF MENDORONG EKONOMI KERAKYATAN DI KABUPATEN BOJONEGORO

CREATIVE INDUSTRY POLICY ENCOURAGES ECONOMIC POPULIST IN BOJONEGORO REGENCY

M. Amir. HT

Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Jawa Timur
Jalan Gayung Kebonsari No. 56 Surabaya
E-mail : amirlitbang@yahoo.co.id

Diterima : 16 Maret 2016; direvisi : 25 Mei 2016 ; disetujui : 9 Juni 2016

ABSTRAK

Metode dalam kajian ini, menggunakan metode kualitatif sesuai dengan topik kebijakan industri kreatif mendorong ekonomi kerakyatan di Kabupaten Bojonegoro, metode kualitatif dilakukan karena permasalahan yang diungkap adalah permasalahan yang tidak terungkap melalui data-data statistik, sehingga perlu pendekatan tertentu untuk memahaminya. Penelitian kualitatif merupakan cara untuk memahami perilaku sosial yang merupakan serangkaian kegiatan atau upaya menjangkau informasi secara mendalam dari fenomena atau permasalahan yang ada di dalam kehidupan suatu objek, dihubungkan dengan pemecahan suatu masalah, baik dari sudut pandang teoritis maupun empiris. Indonesia saat ini membutuhkan suatu gebrakan dalam perkembangan ekonomi nyata, di antaranya adalah pemenuhan kebutuhan oleh Sumber Daya Manusia, improvisasi dari para pelaku ekonomi, serta kreativitas para pelaku ekonomi (Industri Kreatif). Maka tiga elemen tersebut menjadi sangat dibutuhkan, dalam upaya pengembangan potensi ekonomi kreatif memerlukan rantai nilai yang saling bertaut. Hal ini meliputi aspek penyediaan bahan dasar, proses produksi, sampai dengan distribusi dan konsumsi. Oleh karena itu, perlu mempertimbangkan potensi kewilayahan serta pengembangan tata ruang yang terintegrasi. Sebuah kota kreatif biasanya memiliki beberapa wilayah penyangga yang menjadi bagian dari keseluruhan rantai nilai yang ada. Pola relasi ini dapat dibentuk secara sistematis dengan menghubungkan potensi yang berkembang di beberapa kabupaten, ataupun desa sekaligus dalam satu koridor zona kreatif, melalui regulasi kebijakan. Bojonegoro, Selain kaya dengan potensi Minyak dan Gas Bumi (Migas), kabupaten yang terkenal dengan sebutan Bumi Angling Dharma tersebut juga memiliki banyak industri kreatif, seperti halnya industri Gerabah yang ada di Desa Rendeng Kecamatan Malo Kabupaten Bojonegoro. Namun, Industri tersebut tak sebesar namanya saat di suarakan di panggung-panggung elit Pemkab, sebab pelaku industri tersebut banyak mengeluhkan minimnya upaya yang dilakukan Pemkab untuk membesarkan industri dari bahan dasar tanah liat tersebut. Berdasarkan data terakhir, industri kreatif mampu berkontribusi terhadap PDB (produk domestik bruto) sebesar 7,29 persen pada tahun 2013 lalu atau senilai 486,1 triliun rupiah (Kemenparekraf dalam Koran Jakarta, 17 Mei 2014). Pada tahun 2010, industri kreatif mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 8,6 juta orang dengan rata-rata tingkat partisipasi sejak tahun 2002 sebesar 7,8% (BPS dan Kemenparekraf, tanpa tahun dalam Renstra Kemenparekraf 2012-2014:52).

Kata Kunci: Kreativitas pelaku. Industri kreatif, dorong ekonomi.

ABSTRACT

The method used in this study was qualitative methods in accordance with the topic i.e. creative industries policy to encourage economic populist in Bojonegoro Regency. Qualitative methods was carried out because the revealed problems were problems that were not discovered through statistical data, so that specific approach is needed to understand. Qualitative research is a way to understand social behavior which is a series of activities or efforts to solicit in-depth information on the phenomena or problems in the life of an object, connected with solving a problem, both from the standpoint of both theoretical and empirical. Currently, Indonesia requires a

breakthrough in the development of real economy, including the fulfillment by human resources, improvisation of economic actors, as well as the economic actors creativity (Creative Industries). The three elements are becoming more crucial in developing the potential of economic creative which requires interlocked value chain. This includes aspects of supplying basic materials, production process, up to distribution and consumption. Therefore, it is necessary to consider the potential of regional and integrated spatial development. A creative city usually has some buffer areas that are part of the existing overall value chain. The pattern of this relationship can be established systematically by connecting the growing potential in several regencies, or villages in the one creative zone corridor, through policy regulation. Bojonegoro Regency, known as the Angling Dharma Earth has a lot of creative industries, such as pottery industry in the Rendeng Village Malo District Bojonegoro Regency in addition to high potential of Oil and Gas. However, the industry is not as big as his name sounded in the elite regency government, because of the lack of efforts made by the regency government to develop industries used clay as basic materials. Based on recent data, the creative industries contributed to the GDP (gross domestic product) by 7.29 percent in 2013 and valued at Rp. 486.1 trillion . In 2010, the creative industry was able to provide employment for 8.6 million people with an average participation rate since 2002 of 7.8%.

Keywords: Creativity players, Creative industries, economic stimulus

PENDAHULUAN

Dalam pengembangan ekonomi kreatif mencakup 14 sektor dan sektor kuliner yang sedang diperjuangkan Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif menjadi salah satu sektor industri kreatif. Salah satu penyebab terjadinya hal tersebut adalah banyak pelaku UMKM sebagai bagian integral pelaku industri kreatif belum memanfaatkan kemajuan teknologi informasi (IT) untuk meningkatkan penjualan secara optimal.

Berkaitan dengan hal tersebut, dalam upaya meningkatkan pendapatan dan daya saing pelaku industri kreatif perlu dilakukan upaya komprehensif. Salah satu alternatif dalam meningkatkan pemasaran adalah dengan pendekatan pemasaran yang berbasis pada IT yang berbentuk *Portal Ecommerce* dengan mendasarkan pemasaran yang menegakan prinsip-prinsip syariah. Untuk itu diperlukan penguatan kapasitas internal pelaku industri kreatif dengan pemahaman pada pemasaran syariah yang diukur dengan *Syariah Marketing Index* (SMI) dan *exposure* produk dengan pemanfaatan portal *e-commerce* dengan menerapkan *Syariah Marketing Index* (SMI) yang berorientasikan pada *Sustainable Marketing Enterprise* (SME).

Untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Indonesia, pemerintah membuat kebijakan salah satunya dengan cara mengedepankan sektor industri. Tidak hanya mengandalkan bidang industri sebagai sumber ekonomi negara tetapi

juga mengandalkan Sumber Daya Manusia yang kreatif. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa juga tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju.

Inilah yang dinamakan era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas yang populer dengan sebutan Industri Kreatif atau Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang bersangkutan di bidangnya. Industri kreatif sendiri merupakan pengembangan konsep berdasarkan modal kreativitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Pergeseran dari Era Pertanian ke Era Industrialisasi, disusul dengan Era Informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan baru di bidang teknologi informasi maupun globalisasi ekonomi, telah membawa peradaban baru bagi manusia. Pada tahun 2012, geliat industri kreatif di Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan. Bahkan sekarang ini sebagian orang mulai memprediksikan pertumbuhan industri kreatif bisa melonjak cukup tinggi yakni hingga mencapai tiga kali lipat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kondisi ini dapat kita lihat dari pertumbuhan industri kreatif yang semakin hari semakin aktif, sehingga penyerapan tenaga kerja serta kapasitas daya cipta di negara kita mulai merangkak naik dan memberikan dampak yang cukup positif bagi perkembangan ekonomi di Indonesia.

Selanjutnya, banyak daerah di Indonesia yang berkembang perekonomiannya lewat sektor industri dan pariwisata, yang secara administratif masih tergolong muda ini memiliki potensi yang besar di sektor pertanian khususnya sayur dan buah-buahan sedangkan di sektor industri yang potensial adalah industri pariwisata dan industri rumah tangga, mampu mengangkat *image* wisata secara lebih profesional dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki.

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia semakin banyak mendapatkan sorotan dari berbagai pihak. Sejak diterbitkannya Inpres No. 6/ 2009, upaya untuk mengembangkan sektor ekonomi yang berbasis pada kreativitas individu dan komunitas masyarakat luas semakin berkembang. Hal ini semakin dikukuhkan dengan keberadaan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif yang memulai kiprahnya pada 19 Oktober 2011, serta Badan Ekonomi Kreatif (BEK) yang baru dibentuk sejak diterbitkannya Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015, dengan demikian dapat dirumuskan masalahnya *"bagaimana pengembangan industri kreatif, dan pengelolaan kreativitas dalam memaknai industri kreatif di Kabupaten Bojonegoro?"*.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam memudahkan konsep pengembangan maka pengembangan dapat didefinisikan sebagai usaha untuk memajukan atau meningkatkan atau memperbaiki sesuatu yang sudah ada. Atau dapat dikatakan juga sebagai proses yang dilakukan dalam meningkatkan sesuatu sehingga memiliki nilai yang lebih tinggi.

Industri Kreatif. Menurut Departemen Perdagangan RI (2009, h.5), Industri Kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Simatupang (2008, h.69) juga menjelaskan bahwa industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi

meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Sementara itu, di kalangan para pakar dalam bidang tersebut, nampaknya tidak ada perbedaan pengertian yang mendasar antara Ekonomi Kreatif dengan Industri Kreatif.

Pengembangan Industri Kreatif lebih banyak membutuhkan sumber daya manusia yang inovatif dan mempunyai kreativitas tinggi. Adanya inovasi dan kreativitas yang timbul pada masyarakat, membuat sektor industri kreatif mempunyai peran penting dalam pengembangan perekonomian suatu daerah.

Industri kreatif sektor kerajinan merupakan salah satu dari 14 sektor industri kreatif yang diidentifikasi sangat potensial untuk terus dikembangkan oleh Pemerintah Daerah. Hal ini dapat dikatakan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, karena kelompok industri ini tercatat memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional maupun daerah.

Secara empiri, dapat disimak hasil kajian *"Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu"*. (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu). Oleh: Aisyah Nurul Fitriana, Irwan Noor, Ainul Hayat. Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang.

Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu lebih banyak membutuhkan sumber daya manusia yang inovatif dan mempunyai kreativitas tinggi. Adanya inovasi dan kreativitas yang timbul pada masyarakat, membuat sektor industri kreatif mempunyai peran penting dalam pengembangan perekonomian suatu daerah.

Hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa pengembangan industri kreatif sektor kerajinan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kota Batu. Kreativitas pelaku industri mampu meningkatkan hasil produk yang lebih berinovasi. Kreativitas pelaku industri dapat ditingkatkan melalui pelatihan, pembekalan/pembinaan, serta *monitoring* yang dilakukan oleh Dinas Koperindag Kota Batu.

METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Bogdan dan Taylor (1975) dalam buku Moleong (2004:3), metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang akan menghasilkan data kualitatif berupa kata-kata, tertulis atau lisan dari orang-orang dan suatu

proses yang diamati. Pendekatan kualitatif diartikan juga sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/ melukiskan keadaan subjek/ objek penelitian, pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Salah satunya adalah masih minimnya pelaku usaha atau pengusaha pada sektor ekonomi terutama ekonomi kreatif. Ini bisa dilihat dari jumlah pengusaha di Indonesia baru sebanyak 440 ribu pengusaha atau sekitar 0,2 % dari total penduduk Indonesia. Bandingkan dengan negara-negara industri maju seperti Amerika Serikat (20%), Jepang (18%), Inggris (18%), Singapura (10%), China (5%) dan India (5%). Berikut tabel tren pertumbuhan dan kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian Indonesia.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti mendekati data primer dari sumbernya sehingga mampu mengembangkan komponen-komponen keterangan yang analitis, konseptual, dan kategori dari data itu sendiri.

Berdasarkan data yang didapat bahwa kontribusi dari 14 sub sektor industri kreatif didominasi oleh Fesyen sebesar 43,02% dan kerajinan sebesar 25,12% diikuti dengan Periklanan (7,18%), Musik (5,30%) dan Penerbitan dan Percetakan (4,86%). Ekonomi kreatif diyakini mampu menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek dan menengah nasional, yaitu:

- (1) tingginya kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (rata-rata 7,28% per tahun);
- (2) penyerapan tenaga kerja di tengah tingginya pengangguran (7,75%), dan
- (3) peran aktif dalam perdagangan internasional.

Lokasi kajian kebijakan industri kreatif mendorong ekonomi kerakyatan, mengambil lokasi kajian di Kabupaten Bojonegoro yang merupakan daerah industri kerajinan berbagai jenis kerajinan, sedang provinsi merupakan basis terbanyak UMKM Jawa Timur.

Data yang digunakan dalam kajian ini, diperoleh dengan cara pengumpulan data sekunder dari kajian literatur untuk keperluan data sekunder, serta pengumpulan data primer untuk keperluan data primer. Teknik pengambilannya untuk mendapatkan data sekunder adalah dengan cara mempelajari,

peraturan-peraturan yang terkait dengan masalah yang diteliti sebagai bahan analisis permasalahan. Teknik dokumentasi ini dilakukan untuk mendukung data primer yang telah diperoleh melalui wawancara, serta penggunaan internet, teknologi informasi dan komunikasi melalui website sesuai kebutuhan kajian.

Saat ini sedikitnya terdapat 112.140 pelaku UMKM yang tersebar di 27 kecamatan yang ada di wilayah kabupaten Bojonegoro. Desa rendeng Kecamatan Malo yang berada di tepi bengawan solo, merupakan sentra industri gerabah dengan sumber bahan baku dari tanah liat. Produk utama berupa "**celengan**" (tempat menabung uang) dengan bentuk meniru bentuk binatang seperti macan, sapi, bebek dan bentuk lainnya yang unik.

Kebutuhan data. Data merupakan gambaran tentang suatu keadaan, peristiwa atau persoalan yang berhubungan dengan tempat dan waktu, yang merupakan dasar suatu perencanaan dan merupakan alat bantu dalam pengambilan keputusan. Sentra kerajinan gerabah dan celengan hewan. Desa rendeng Kecamatan Malo yang berada di tepi bengawan solo dengan jarak kurang lebih 25 Km dari Ibukota Kabupaten Bojonegoro kearah barat, merupakan sentra industri gerabah dengan sumber bahan baku dari tanah liat dan produk utama berupa celengan (*tempat menabung uang*) dengan bentuk meniru bentuk binatang seperti macan, sapi, bebek dan bentuk lainnya yang unik dan spesifik. Jumlah produksi celengan tiap bulan rata-rata sekitar 25.000 buah dengan prospek pasar lokal Bojonegoro dan luar Kabupaten Bojonegoro.

Prospek pengembangan diarahkan pada pengembangan diversifikasi dan kualitas produk yang memiliki daya saing tinggi di pasar global, upaya pengembangan ini dilakukan melalui pengembangan teknologi skala madya. Kecamatan Malo tidak hanya terkenal dengan celengan hewannya, tetapi juga kerajinan patung sapi dan hewan lainnya dengan bahan baku dari hasil hutan (*kayu jati*). Kerajinan ini merupakan kerajinan yang memiliki keunikan dan spesifik, karena kerajinan ini diolah melalui tangan-tangan terampil yang penuh dengan kesabaran dan ketekunan.

Prospek pasar produk telah menjangkau kota-kota di Propinsi Jawa Timur dan propinsi lainnya serta ke luar negeri sebagai bahan souvenir. Pengembangan usaha kerajinan patung sapi dan hewan lainnya direkomendasikan pada penyediaan bahan dasar kayu jati dan bahan dasar sumber daya alam lainnya. Sentra industri kerajinan patung sapi terdapat di desa Banaran Kecamatan Malo dan sekitarnya (bagian utara Kabupaten Bojonegoro) yang jaraknya kurang lebih 25 Km dari Ibu kota Kabupaten Bojonegoro.

Informan yang dipilih adalah informan yang mengetahui secara tepat permasalahan yang terkait dengan tema kajian ini. Informan merupakan pejabat disperindag, diskop dan UMKM, pejabat Bappeda yang membidangi subtransi dimaksud serta pelaku usaha kerajinan baik melalui media teknologi informasi dan komunikasi maupun secara langsung, yang kredibilitasnya dapat dipertanggungjawabkan atau informan yang ditunjuk oleh pimpinan institusi karena memiliki pengetahuan yang berkaitan dengan permasalahan yang diajukan dalam kajian ini.

Teknik penyajian data. Data yang diperoleh, kemudian dianalisis, disajikan dalam bentuk:

- (1) Naratif, menyajikan data ke dalam bentuk narasi dalam sebuah paragraf, digunakan untuk menyajikan data kualitatif,-
- (2) Tabulasi, menyajikan data-data ke dalam tabel,-
- (3) Diagram, menyajikan data-data dalam bentuk diagram agar mudah dipahami oleh pembaca,-
- (4) Peta, menyajikan data-data yang dituangkan dalam perspektif spasial dengan menggambarkan dalam bentuk peta.

Untuk mencapai tujuan dalam kajian ini, maka kerangka analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

- (1) Analisis Faktor-faktor kebijakan industri kreatif yang mendorong ekonomi kerakyatan dalam berbasis unggulan. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong industri kreatif berkembang. Analisis ini dilakukan dengan menganalisis persepsi bahwa industri kreatif berbasis unggulan sebagai kearifan lokal dapat dikembangkan

melalui UMKM di daerah,-

- (2) Analisis dukungan dan hambatan terhadap proses pengembangan industri kreatif berbasis unggulan sebagai kearifan lokal melalui UMKM di daerah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Keterkaitan Industri Pariwisata dengan Industri Kreatif

Industri kreatif sering dikemukakan oleh berbagai pakar ekonomi sebagai industri gelombang ke-4 setelah pertanian, industri dan teknologi informasi. Walaupun masih belum lama secara luas populer di Indonesia, industri kreatif sering dinyatakan sebagai industri masa depan yang sangat prospektif. Berdasarkan data Laporan Tahunan Bank Indonesia Tahun 2011 (*Rencana Strategis Kemenparekraf RI 2012-2014*) kondisi pertumbuhan ekonomi nasional yang utama bersumber dari sektor industri pengolahan, sektor perdagangan, hotel dan restoran serta sektor pengangkutan dan komunikasi. Pada ketiga sektor tersebut, usaha pariwisata dan industri kreatif berada dan menunjukkan adanya keterkaitan antara kedua industri ini.

Modal utama yang dibutuhkan di bidang industri kreatif bukan modal fisik skala besar atau mesin besar, melainkan modal tenaga kerja yang kreatif dan tahan banting, penggabungan antara kreatifitas, keahlian, dan bakat individu. Menurut definisinya seperti dinyatakan oleh *Departement of Culture, Media and Sports (DCMS) Inggris*, industri kreatif merupakan kegiatan-kegiatan yang bersumber pada kreatifitas, ketrampilan dan talenta individu yang memiliki potensi untuk mewujudkan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui pembuatan dan pengeksploitasian kekayaan intelektual (*UNCTAD, 2008 dan Gibbon, 2011*).

Bagi Indonesia yang baru mengenal dan mulai berorientasi pada pengembangan industri kreatif, tercatat bahwa PDB industri kreatif pada tahun 2009 tumbuh sebesar 2,27%, dengan pertumbuhan tertinggi terjadi di sektor permainan interaktif. Pertumbuhan ekspor industri kreatif pada tahun 2009 melambat, dengan nilai positif (1,5%), namun

ada tahun 2010, nilai ekspor industri kreatif tumbuh pesat sebesar 12,5%. Kontribusi ekspor industri kreatif terhadap ekspor nasional tahun 2009 sebesar 7,63% dan pada tahun 2010 meningkat menjadi sebesar 8,59%. (Kemenparekraf RI, 2012).

Berdasarkan data terakhir, industri kreatif mampu berkontribusi terhadap PDB (*produk domestik bruto*) sebesar 7,29 persen pada tahun 2013 lalu atau senilai 486,1 triliun rupiah (Kemenparekraf dalam Koran Jakarta, 17 Mei 2014). Pada tahun 2010, industri kreatif mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 8,6 juta orang dengan rata-rata tingkat partisipasi sejak tahun 2002 sebesar 7,8% (BPS dan Kemenparekraf, tanpa tahun dalam Renstra Kemenparekraf 2012-2014:52).

Dalam hal kontribusi terhadap jumlah usaha, selama tahun 2002- 2012 rata-rata sekitar 2,9 juta perusahaan bergerak di sektor industri kreatif. Jumlah ini menempatkan industri kreatif pada peringkat ke-4 diantara 10 sektor perekonomian seperti pertanian, perdagangan dan lain-lain. Dibandingkan dengan sektor-sektor penghasil devisa lainnya, sektor pariwisata berada di urutan ke-5 pada tahun 2010, setelah sempat berada di urutan ke-4 pada 2009.

Kontribusi devisa sektor kepariwisataan berada di bawah minyak dan gas bumi, minyak kelapa sawit, batubara, dan karet olahan. Pertumbuhan devisa tertinggi terjadi pada tahun 2008, yaitu sebesar US\$7.348 dengan tingkat pertumbuhan sebesar 37,44%. Setelah sempat turun pada tahun 2009, sektor pariwisata kembali normal tahun 2010 dengan pertumbuhan sebesar 20,72% dengan total devisa US\$7.603 juta. Jumlah ini merupakan devisa tertinggi yang diperoleh Indonesia pada periode 2000-2010.

Kontribusi kepariwisataan terhadap tenaga kerja nasional meningkat dari 4,7% atau sebanyak 4,4 juta orang di tahun 2006, menjadi 6,9% atau sebanyak 7,4 juta orang di tahun 2010. Kontribusi kepariwisataan terhadap tenaga kerja relatif meningkat sejak tahun 2006 sampai 2010 (Renstra Kemenparekraf 2012-2014). Data perkembangan wisatawan mancanegara dan penerimaan devisa dari sektor pariwisata selama tahun 2009-2013 dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel: 1
Perkembangan Wisatawan Mancanegara dan Devisa Tahun 2009-2013

Tahun	Wisatawan Mancanegara		Rata2 lama tinggal /hari	Rata2 pengeluaran per-org (USD)		Penerimaan Devisa	
	Jumlah	Pertumbuhan (%)		Per-hari	Per-kunjungan	Jumlah (juta USD)	Pertumbuhan (%)
2008	6.323.730	-	7.69	129.57	995.93	6.297.99	-
2010	7.002.944	10.74	8.04	135.01	1.085.75	7.603.45	20.73
2011	7.649.731	9.24	7.84	142.69	1.118.26	8.554.39	12.51
2012	8.044.462	5.16	7.70	147.22	1.133.81	9.120.85	6.62
2013	8.802.129	9.42	7.65	149.31	1.142.24	10.054.14	10.23

Sumber: Pusdatin Kemenparekrat dan BPS (2014).

Dari tabel data diatas, bila simak tahun ke tahun ada peningkatan pertumbuhan wisata, sekaligus meningkat devisa dibandingkan dengan industri kreatif maka penerimaan devisa dari sektor pariwisata masih berada di bawah sektor industri kreatif. Perbandingan penerimaan devisa dari industri kreatif dan pariwisata tersebut dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel: 2
Perkembangan penerimaan devisa dari industri pariwisata dan industri kreatif Tahun 2009-2013

Tahun	Industri Pariwisata (Juta USD)	Industri Kreatif (Miliar Rp)
2009	6.323	n.a
2010	7.003	96.7703
2011	7.650	105.190
2012	8.044	110.145
2013	8.802	118.968

Sumber: Data Kemenparekrat RI 2014 (diolah)

Berdasarkan tabel data diatas besarnya potensi industri kreatif tersebut di atas, dapat dijelaskan bahwa industri kreatif memiliki peran penting dan dapat diharapkan untuk meningkatkan kualitas kepariwisataan nasional seperti dinyatakan pada penelitian terdahulu (Koestantia, 2010) bahwa industri kreatif mampu meningkatkan daya tarik wisata sebagai salah satu komponen daya saing destinasi pariwisata.

Dokumen Rencana Pengembangan Industri Kreatif 2009-2025 yang dikeluarkan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan RI (2008) menyatakan bahwa industri kreatif di Indonesia mencakup 14 subsektor yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, video, film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan

percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, serta riset dan pengembangan.

Keempat belas subsektor industri kreatif tersebut kemudian oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ditambah dengan kuliner sebagai usaha kreatif yang akan terus dikembangkan. Penambahan subsektor ke-15 ini didasarkan pada besarnya potensi usaha kreatif tersebut di Indonesia.

Definisi yang diberikan oleh pemerintah tersebut, cukup jelas mengindikasikan bahwa ekonomi kreatif meliputi sektor industri kreatif bersifat lintas sektor dan mencakup banyak sekali bidang usaha dan sektoral. Dalam kaitannya dengan sektor pariwisata, industri kreatif menjadi salah satu basis produksi (*input*) yang sangat diharapkan dapat menyokong pertumbuhan sektor kepariwisataan khususnya dalam hal penciptaan lapangan kerja dan meningkatkan daya tarik pariwisata bagi daerah. Tidak semua subsektor industri kreatif memiliki keterkaitan langsung dengan sektor pariwisata, namun beberapa subsektor industri kreatif merupakan peluang sekaligus harapan untuk dapat mendukung perkembangan sektor pariwisata, seperti kerajinan/cenderamata atau dalam bentuk atraksi (*daya tarik*) wisata pada suatu destinasi pariwisata tertentu.

Indonesia memiliki akar budaya dengan keragaman yang tinggi sebagai salah satu aset terbesar pariwisata nasional. Oleh karena itu, keberadaan tiap-tiap subsektor tersebut tentunya sangat penting dalam menyokong pengembangan pariwisata nasional.

Sedangkan perkembangan ekspor industri kreatif di Indonesia, dapat diketahui bahwa industri fesyen dan kerajinan mempunyai nilai ekspor tertinggi, secara rata-rata selama tahun 2002-2008 nilai ekspor kedua industri tersebut masing-masing sebesar Rp.50.350.907,- juta rupiah dan Rp.25.282.945,- juta rupiah. Ini berarti peran kedua industri ini cukup besar dalam transaksi ekspor Indonesia untuk industri kreatif.

Disamping itu diperoleh informasi bahwa Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai potensi dalam pengembangan industri kreatif baik di

kawasan ASEAN maupun pasar dunia. Ini tidak terlepas dari potensi bahan baku di Indonesia yang melimpah. Namun demikian, kemampuan SDM Indonesia dalam alih teknologi dan kreativitas masih relatif rendah. Ini berdampak pada perkembangan industri kreatif yang cenderung lamban.

Perkembangan nilai impor industri kreatif di Indonesia selama tahun 2002-2008. industri yang mempunyai nilai impor tertinggi adalah industri kerajinan dan desain. Ini sangat mungkin terjadi karena industri kerajinan di Indonesia memerlukan bahan baku campuran yang harus diimpor. Sementara aktivitas impor yang dilakukan oleh industri desain dimungkinkan karena adanya bahan baku teknologi dan kreasi yang lebih berkembang dan tersedia di luar negeri. Ini berdampak pada aktivitas impor yang dilakukan oleh pelaku/produsen di industri desain.

Berdasarkan perkembangan perdagangan (*ekspor dan impor*) industri kreatif diatas menjadi daya tarik untuk memperdalam perkembangan industri kreatif di Indonesia. Maka informasi tentang perkembangan industri kreatif ini diharapkan dapat menjadi salahsatu rujukan kebijakan dalam memposisikan industri kreatif sebagai industri masa depan yang mempunyai peran signifikan dalam perekonomian.

Dengan demikian pandangan tentang ekonomi kreatif dan industri kreatif dapat dijabarkan sebagai berikut:

- (a) Industri pada dasarnya tidak hanya berfokus kepada produksi dari barang atau jasa, tetapi juga terhadap distribusi, pertekaran (*sales, komersialisasi*) serta konsumsi dari barang dan jasa. Hanya saja industri selalu dikaitkan dengan pabrikan atau manufaktur (*secondary industry*), karena pada era industrialisasi ditandai dengan perkembangan secara dramatis dari industri manufaktur.
- (b) Industri merupakan bagian dari ekonomi, atau bisa dikatakan industri merupakan segmentasi dari ekonomi (*dalam upaya manusia untuk memilah-milah aktivitas ekonomi secara lebih mendetil*).
- (c) Industri dapat dibedakan menjadi sektor-sektor utama (*versi wikipedia ada 4*

sektor utama, sedang berdasarkan BPS ada 9 sektor utama), yang mendasari pembagian lapangan usaha. Kelompok industri kreatif ini akan memiliki lapangan usaha yang merupakan bagian dari beberapa sektor industri. Sebagian besar dari lapangan usaha industri kreatif ini merupakan industri jasa.

- (d) Industri kreatif (*versi kementerian perdagangan*) mengacu pada definisi “Industries which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property”. Contoh industri batik, industri jasa arsitektur, industri jasa periklanan.
- (e) Ekonomi kreatif, keseluruhan dari industri kreatif, yaitu seluruh industri yang tercakup dalam kelompok industri kreatif.

Untuk mendapatkan informasi tentang jenis-jenis industri kreatif di Indonesia, ada 14 jenis-jenis industri berdasarkan dan klasifikasi industri yang ada di BPS, sebagai berikut:

Tabel: 3
Jenis-jenis Industri Kreatif di Indonesia

NO.	JENIS INDUSTRI KREATIF	KETERANGAN/ KEGIATAN
1.	Periklanan	Kegiatan kreatif yang berkaitan dgn kreasi dan produksi iklan, antara lain: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak dan elektronik.
2.	Kerajinan	Kegiatan kreatif yg terkait dgn kreasi dan distribusi produk kerajinan antara lain barang kerajinan yg terbuat dari batu berharga, aksesoris, pandai emas, perak, kayu, kaca, porselin, kain, marmer, kapur, dan besi.
3.	Arsitektur	Kegiatan kreatif yg berkaitan dgn cetak biru bangunan dan informasi produksi antara lain: arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, dokumentasi lelang, dan lain-lain.
4.	Pasar seni & brg antik	Kegiatan kreatif yg terkait dgn kreasi dan perdagangan pekerjaan, produk antik dan hiasan melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet.
5.	Desain	Kegiatan kreatif yg terkait dgn kreasi desain gratis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan.
6.	Desain Fesyen	Kegiatan kreatif yg terkait dgn kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produk pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.
7.	Video, Film, Fotogr	Kegiatan kreatif yg terkait dgn kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video, film. Termasuk didalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan ekshibisi film.
8.	Permainan Interaktif	Kegiatan kreatif yg berkaitan dgn kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yg bersifat hiburan, ketangkasan, edukasi.
9.	Musik	Kegiatan kreatif yg berkaitan dgn kreasi produksi, distribusi, dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, pencipta lagu atas musik, pertunjukan musik, penyanyi, dan komposisi musik.
10.	Seni Pertunjukan	Kegiatan kreatif yg berkaitan dgn usaha yg berkaitan dgn pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama musik tradisional, musik teater, opera, terasuk tur musik etnik, desain & pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
11.	Penerbit & Percetakan	Kegiatan kreatif yg terkait dgn penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita.
12.	Layanan Komputer & Piranti Lunak	Kegiatan kreatif yang terkait dgn pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak & piranti keras, serta desain portal.
13.	Televisi & Radio	Kegiatan kreatif yg terkait dgn usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran, dan transmisi televisi dan radio.
14.	Riset & Pengembangan	Kegiatan kreatif yg terkait dgn usaha inovatif yg menawarkan penemuan ilmu & teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut utk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yg dapat memenuhi kebutuhan pasar.

Sumber: Kementerian Perdagangan RI (diolah).

Dari data diatas menggambarkan tentang ekonomi kreatif dan yang paling umum dilakukan masyarakat ada pada jenis kreatif kerajinan yang tersebar pada industri rumahan dapat disimak, sebagai perbandingan dengan arti penting dari suatu kegiatan kreatif.

Industri Kreatif perlu dikembangkan di Indonesia karena:

- Memberikan kontribusi yang signifikan,-
- Menciptakan iklim bisnis yang positif,-
- Membangun citra dan identitas bangsa,-
- Berbasis kepada sumber daya yang terbarukan,-
- Menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompotitif suatu bangsa,-
- Memberikan dampak sosial yang positif.

Arti penting dari keberadaan ekonomi kreatif, tentunya memerlukan para aktor dan berbagai faktor yang akan mengarahkan pada titik yang diharapkan oleh semua pihak. Ada tiga aktor utama dalam pengembangan ekonomi kreatif, yaitu Pemerintah, Bisnis, dan Cendekiawan. Harmonisasi dan integrasi ketiga aktor ini akan menjadi energi yang sangat besar dalam ekselerasi pengembangan industri kreatif di Indonesia khususnya di Provinsi Jawa Timur.

Sedangkan faktor-faktor yang mendorong perkembangan ekonomi kreatif yakni:

- (a) Dari Pemerintah yaitu arahan edukatif, penghargaan insan kreatif dan konservasi, dan insentif.
- (b) Dari Bisnis yaitu kewirausahaan, business coaching and mentoring, skema pembiayaan, pemasaran dan business matching, komunitas kreatif.
- (c) Dari Cendekiawan yaitu kurikulum berorientasi kreatif dan entrepreneurship, kebebasan pers dan akademik, riset inovatif multidisiplin, lembaga pendidikan dan pelatihan.

Dan untuk memberikan informasi tentang peta jalan pengembangan industri kreatif di Indonesia tahun 2009-2015 dapat disimak. Dalam peta jalan tersebut ada enam pilar yang akan dikembangkan dengan target masing-masing sampai tahun 2015, adapun ke enam pilar dimaksud adalah:

- (a) *People*, target akhir pada tahun 2015

adalah masyarakat dengan mindset dan moodset kreatif yg didukung oleh talenta dan pekerja kreatif.

- (b) *Industry*, target akhir pada tahun 2015 adalah industri kreatif yang unggul dipasar domestik dan asing dengan peran dominan wirausahawan nasional.
- (c) *Technology*, target akhir pada tahun 2015 adalah teknologi yang mendukung desain dan melayani kebutuhan pasar.
- (d) *Resource*, target akhir pada tahun 2015 adalah pemanfaatan bahan baku dengan nilai tambah dan tingkat utilitas yang tinggi serta ramah lingkungan.
- (e) *Institution*, target akhir pada tahun 2015 adalah masyarakat berpikiran terbuka yang mengkonsumsi produk kreatif lokal.
- (f) *Financial intermediary*, target akhir pada tahun 2015 adalah tercapinya tingkat kepercayaan dan distribusi informasi yang simetris antara lembaga keuangan dan industri kreatif.

2. Langkah transformatif IKM kerajinan tradisional menjadi Industri Kreatif

Seiring pemikiran John Howkins dalam buku "*Creative Economy, how people make money from ideas*" bahwa industri kreatif bertumpu pada gagasan sebagai komoditi utama, maka kualitas SDM atau lebih tepatnya kreativitas SDM menjadi kunci keberhasilan industri kreatif. (personal.its.ac.id/~2005-ellya.despro-Transfor...hal 6-8)

Pada konteks IKM kerajinan, jelas bahwa transformasi IKM kerajinan tradisional untuk menjadi industri kreatif tergantung pada transformasi SDM-nya. Memang tidak mudah mengubah cara berpikir yang terlanjur melekat turun temurun. Inti dari perubahan perilaku adalah perbaikan tingkat pendidikan pengrajin, agar mereka dapat memahami logika berpikir jangka panjang.

Saat ini pendidikan rata-rata sebagian besar setingkat SD-SMP, sehingga tidak mudah untuk mengajak berpikir visioner. Jika pengrajin sudah bersikap visioner, punya pandangan jauh ke depan, biasanya akan lebih mudah menerima masukan baru (*open mind*), berdaya inisiatif tinggi, bahkan

berani mengambil risiko. Modal sikap inilah yang akan dapat mengantarkan IKM kerajinan tradisional menjadi bagian dari industri kreatif.

Beberapa langkah yang perlu diperhatikan, yaitu:

a. Introspeksi Keunikan Bidang Kerajinan yang digeluti

Tidak semua bidang yang digeluti Industri Kecil Menengah (IKM) kerajinan tradisional memiliki keunikan tinggi, sebagian IKM kerajinan menekuni bidang generik yang dapat ditemui dengan mudah di tempat-tempat lain di Indonesia. Seperti industri kulit, furnitur kayu atau perhiasan. Bidang-bidang seperti ini bahkan sudah dimassalkan oleh perusahaan-persahaan besar, dengan kualitas produk yang lebih baik dan kapasitas produksi yang jauh lebih besar. Untuk IKM tradisional seperti ini harus mencari celah dimana produk yang dihasilkan memberi tawaran yang berbeda dengan produk perusahaan besar. Upaya melayani konsumen secara khusus dengan desain terbatas (*customized desain*) bisa menjadi salah satu alternatif.

Sebaliknya, IKM kerajinan dengan keunikan tertentu baik dari segi bahan maupun teknik pengerjaannya, seperti kerajinan batu mulia, tenun, atau anyaman-anyaman, juga tetap harus waspada, agar tidak cepat puas dengan apa yang ada. Mengingat perkembangan teknologi yang bisa memassalkan hampir semua produk *hand-made*, serta membuat material tiruan yang sangat mirip aslinya, ada kemungkinan keunikan tersebut perlahan hilang.

b. Pola Kerja Tim pada Sentra IKM tradisional yang ada

Keterbatasan pendidikan SDM pengrajin sudah teratasi dan sikap kreatif sudah terbentuk, pola kerja tim seperti dalam teori *ciustering* harus dilakukan untuk mensiasati keterbatasan sumber daya (*tenaga*) dan biaya. Saat ini sudah ada upaya membentuk klaster industri dalam bentuk sentra, dimana masing-masing sentra terdiri dari kelompok pengrajin binaan. Akan tetapi pada kenyataannya

masing-masing anggota kelompok tetap melakukan kegiatan produksi sendiri-sendiri mulai pencarian bahan baku hingga mencari saluran pemasaran.

Hal ini menyebabkan beberapa kerugian, antara lain kualitas produk beragam (*tidak ada jaminan kualitas produksi*), kapasitas produksi terbatas, wawasan desain terbatas, karena tidak ada waktu dan biaya untuk studi banding, pemasaran terbatas, karena tidak ada waktu, biaya dan jaringan pemasaran yang luas dan rawan terjadi persaingan harga antar pengrajin yang menyebabkan harga jual tidak bisa tinggi.

Diperlukan upaya menger antar IKM yang berkaitan atau yang sejenis terjalin suatu kerja tim. Pada satu tim pengrajin dapat dibagi beberapa kelompok tugas khusus dan saling bersinergi satu sama lain, misalnya bagian bahan baku/peralatan, bagian desain merangkap penjamin mutu, bagian teknik dan bagian pemasaran.

Namun demikian ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pola kerja tim, yaitu:

Pertama, harus ada sosialisasi pelahan tetapi terus menerus ditekankan pada pengrajin agar bekerja dalam satu tim.

Kedua, diperlukan orang-orang visioner yang bisa dijadikan motor penggerak.

Ketiga, perlu bantuan pemerintah sebagai fasilitator, agar ada evenpromosi atau pembagian bantuan, pemerintah menunjuk dengan hati-hati.

Keempat, sebaiknya ada bimbingan/binaan dari lembaga lain agar tim kerja itu terus terpantau.

Kelima, program pelatihan yang diselenggarakan sebaiknya fokus pada masing-masing bidang, misalnya pelatihan teknis atau pelatihan desain atau pelatihan pengolahan bahan baku atau pelatihan manajemen dan pemasaran.

c. Strategi Produksi

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mensiasati kendala produksi, *pertama*, jika bahan baku semakin langka, sebaiknya tidak terlalu tergantung pada bahan baku yang ada,

kedua, pengrajin tidak hanya memproduksi barang setengah jadi, tetapi *finish production*, supaya nilainya bisa berlipat ganda. Selain kedua langkah diatas, langkah terakhir adalah mengusahakan bahan baku dari daerah lain.

d. Strategi Pemasaran yang kreatif

Sebenarnya pemasaran tidak terbatas pada promosi, hal-hal yang dilakukan dalam kegiatan pemasaran sekaligus menjadi kegiatan untuk membaca kebutuhan pasar dan kecenderungan/trend yang berlaku. Keberhasilan pemasaran sangat dipengaruhi kinerja tim dalam membaca kebutuhan pasar (*pople*), patokan harga yang cocok (*price*), kualitas produk (*product*) dan strategi promosi (*promotion*) itu sendiri. Dengan demikian pemasaran sangat dipengaruhi kegiatan lain muali desain, teknik pengerjaan, manajemen hin.

3. Program Industri Kreatif Bojonegoro

Program industri kreatif batik yang saat ini berkembang di Desa Ngasem mendapat dukungan dari Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dengan menerapkan regulasi kebijakan bagi seluruh jajaran Pemerintahan Kabupaten Bojonegoro untuk menggunakan batik khas Bojonegoro sebagai alat kelengkapan dinas (pakaian). Kebijakan tersebut menjadi sebuah stimulan yang positif atas tumbuh dan perkembangan industri batik di Desa Ngasem. Proses tumbuh dan berkembangnya industri kreatif batik di Desa Ngasem sebagai hasil pengembangan program yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dengan Lembaga Swadaya Masyarakat Ademos untuk menjadikan industri kreatif batik sebagai salah satu kegiatan ekonomi yang ada di Desa Ngasem.

Dalam penelitian yang pernah dilakukan, mengungkap tentang respon masyarakat terkait proses penyusunan program, implementasi program, dan evaluasi program untuk mengetahui mengapa masyarakat mau melibatkan dirinya dalam program industri kreatif tersebut. Respon bahwa:

Pertama, pemerintah tidak pernah

melibatkan masyarakat (pelaku industri kreatif batik Ngasem) dalam proses penyusunan program secara khusus, sedangkan lembaga swadaya masyarakat memberikan ruang kepada masyarakat untuk terlibat dalam penyusunan program.

Kedua, respon masyarakat terhadap implementasi program yang dilakukan oleh pemerintah dinilai terlalu formal dan menjaga jarak kepada masyarakat, sehingga masyarakat menjadi takut untuk melakukan sebuah kesalahan dalam menjalankan sebuah program. Sedangkan lembaga swadaya masyarakat dinilai masyarakat lebih bisa memahami kekurangan yang ada di dalam masyarakat dan mau berbaur dengan masyarakat tanpa memberikan batasan antara pemilik program dengan pelaksana program.

Ketiga, kegiatan evaluasi yang menurut respon masyarakat menjadi suatu hal penting justru tidak pernah dilakukan oleh pemerintah secara khusus dalam program industri kreatif batik di Desa Ngasem, sedangkan lembaga swadaya masyarakat melakukan kegiatan evaluasi meskipun hasil evaluasi tersebut dinilai masyarakat masih belum bisa seperti yang mereka kehendaki.

4. Potensi Usaha di Kabupaten Bojonegoro

Salah satu industri agrobisnis yang berkembang pesat di daerah Bojonegoro yaitu potensi bisnis salak wedi. Salak tersebut dinamakan wedi sesuai dengan nama desa tempat asalnya, yaitu di Desa Wedi, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro. Rasanya yang sangat segar (manis asam) serta daya simpannya yang bertahan hingga dua pekan, menjadikan salak wedi banyak diburu para konsumen sebagai buah tangan khas Bojonegoro.

Tingginya permintaan pasar dan besarnya keuntungan yang dihasilkan, membuat industri agrobisnis salak wedi kini berkembang hingga ke beberapa desa disekitarnya. Tidak heran bila sekarang ini kurang lebih terdapat 20 orang petani yang mengembangkan agrobisnis salak wedi dengan tingkat kapasitas produksi mencapai 199,8 ton setiap tahunnya gga distribusi.

Kemudian Industri kerajinan batik yang

terkenal di Kabupaten Bojonegoro yaitu motif batik Jonegoroan. Beberapa kecamatan yang menjadi sentra industri batik daerah tersebut antara lain di Kecamatan Sumberejo, Temayang, Dander, Purwosari, dan Kecamatan Kota Bojonegoro. Sekarang ini sedikitnya terdapat 50 orang pengrajin batik Jonegoroan yang berhasil memproduksi **batik tulis** sebanyak 15 ribu meter setiap tahunnya. Dengan harga jual per meternya berkisar Rp 60.000,00 untuk bahan katun dan Rp 275.000,00/meter untuk bahan sutra, setiap bulannya diperkirakan omset yang diterima para pengrajin batik kurang lebih mencapai Rp 300 juta.

a. Industri Makanan

Tak kalah bersaing dengan industri unggulan lainnya, sektor usaha makanan juga memiliki daya tarik yang cukup kuat. Beberapa camilan asli Bojonegoro bahkan menjadi salah satu produk unggulan yang diminati para wisatawan lokal maupun internasional.

Sebut saja seperti industri ledre, camilan berbahan baku pisang raja, tepung terigu, gula dan tepung beras ini, diolah menjadi adonan tipis kemudian digoreng dan digulung dengan panjang sekitar 20 cm. Ledre memiliki cita rasa unik dan tekstur yang cukup renyah, sehingga tidak heran bila banyak konsumen yang memburu camilan berbentuk semprong ini. Biasanya camilan ini dijual satu pack seharga Rp 4.000,00 berisi 10 semprong, atau dalam kemasan kaleng kecil berisi 5 pack plastik dengan harga Rp 15.000,00.

Selain industri ledre, makanan khas yang mulai populer di Bojonegoro yaitu rengginang singkong. Industri ini berkembang di Desa Ngraseh, Kecamatan Dander. Dengan jumlah pelaku usaha kurang lebih 25 orang, sekarang ini penjualan rengginang bisa mencapai Rp. 100 juta per pelaku usaha dengan kapasitas produksi hingga 4-5 kuintal setiap tahunnya.

Disperindag Kembangkan Basis Industri Kreatif Jawa Timur. Industri terus menjadi trend perkembangan dunia usaha, kekayaan dan kultur budaya jawa

timur menjadi potensi industri kreatif Jawa Timur yang berpotensi meningkat dari tahun ke tahun. Melihat potensi ini, disperindag jatim terus berupaya mengembangkan industri kreatif di Jatim.

b. Industri berbasis budaya

Kearifan lokal yang terangkum dalam kekayaan budaya Jawa Timur, akan menjadi faktor penentu usaha berbasis industri kreatif di Jawa Timur. Pengembangan industri kreatif di Jatim menjadi salah satu cluster strategi utama. Dalam perkembangannya, berpedoman pada Inpres Nomor 6 tahun 2009. Jatim juga menjadi salah satu pokja di pemerintah dalam upaya mengembangkan berbagai macam industri kreatif.

Dalam pengembangan tersebut, pelaku industri kreatif Jawa Timur masih berpeluang mengangkat tema budaya dan kearifan lokal setempat. Sebab, industri berbasis budaya belum banyak ditemukan, eksistensi perubahan pelaku estetik akan lebih bermanfaat apabila dapat mendayakan lokal kultur yang cukup melimpah di lingkungannya. Ini sebagai peningkatan seni masa kini, apalagi didukung dengan peralatan, material, dan kreatifitas.

Sebagai produk budaya, kebudayaan lokal memiliki nilai tambah. Mulai dari sumber inspirasi sampai kepada keuntungan ekonomis. Dicontohkan, produk budaya seperti relief arsitektur kuno dapat dijadikan sumber inspirasi para pelaku seni. Dari inspirasi tersebut, pelaku seni pasti menciptakan inovasi baru yang unik dan kreatif sehingga memiliki nilai ekonomis.

Jika terus digali, sumber budaya dan kearifan lokal jatim tidak akan habis dieksploitasi sebagai kerangka industri kreatif Jawa Timur. Sebab trend industri kreatif berbasis pada kreatifitas masyarakat untuk mengembangkan potensinya.

c. Industri Gerabah

Bojonegoro, Selain kaya dengan potensi Minyak dan Gas Bumi (Migas), kabupaten yang terkenal dengan sebutan Bumi Angling Dharma tersebut juga

memiliki banyak industri kreatif, seperti halnya industri Gerabah yang ada di Desa Rendeng Kecamatan Malo Kabupaten Bojonegoro. Namun, Industri tersebut tak sebesar namanya saat di suarakan di panggung-panggung elit pemkab, sebab pelaku industri tersebut banyak mengeluhkan minimnya upaya yang dilakukan pemkab untuk membesarkan industri dari bahan dasar tanah liat tersebut.

Gerabah adalah perkakas yang terbuat dari tanah liat yang dibentuk kemudian dibakar untuk kemudian dijadikan alat-alat yang berguna untuk kehidupan manusia. Industri gerabah berasal dari nenek secara turun temurun, saat ini mengeluhkan beberapa hal berkaitan industri tersebut, antara lain minimnya pendanaan yang dimiliki, serta kesulitan dalam pemasaran di Kabupaten Bojonegoro sendiri.

Awalnya, memiliki 10 tenaga kerja yang berasal dari warga setempat, mereka bekerja sebagai pembuat gerabah, namun saat ini, pekerjaannya tersebut hanya tinggal seseorang saja, sebab banyak yang lari mencari pekerjaan lain sebab, bekerja di industri gerabah tersebut dirasa hanya mendapat upah yang sangat sedikit. Selain itu, pemasaran industri berbahan dasar tanah liat itu juga rata-rata ke luar kota, seperti Kabupaten Banyuwangi, dan di wilayah Madura.

Diharapkan pemerintah mau melihat apa yang dialami para pelaku industri dibawah, sebab selama ini yang dilakukan pemerintah kabupaten hanya sekedar mengaku industri gerabah itu khas bojonegoro dan lain sebagainya, namun belum ada upaya secara signifikan untuk memikirkan industri gerabah tersebut agar benar-benar menjadi produk andalan kabupaten Bojonegoro. Mestinya pihak Pemkab harus memedulikan industri seperti Gerabah ini, sebab usaha ini bisa membesarkan nama Bojonegoro di kanca nasional, akan lebih baik jika halnya membuatkan semacam central penjualan industri gerabah maupun kebijakan lain yang benar benar berpihak kepada masyarakat.

5. Kebijakan Industri Kreatif

- a. Pelaksanaan Kebijakan Industri Kreatif berbasis kerajinan, yang ada di Kabupaten Bojonegoro, melalui dukungan dari Pemkab sudah ada seperti program pelatihan bagi masyarakat baik yang sudah terjun di industri maupun masyarakat yang belum bekerja, serta peningkatan mutu SDM dan sarana prasarana bagi industri kreatif yang sudah ada. Kebijakan industri kreatif di Bojonegoro melalui program pengembangan industri kecil dan menengah, program pengembangan sentra-sentar industri potensial, program standarisasi industri, peningkatan kualitas kelembagaan dan standarisasi industri, penciptaan iklim usaha kecil dan menengah. Disamping itu juga program pengembangan nilai budaya, dan program industri kreatif kepariwisataan.
- b. Pelaksanaan Kebijakan Industri Kreatif kerajinan dikembangkan oleh pelaku usaha, sehingga tercipta UMKM unggulan di daerah kabupaten Bojonegoro, melalui Industri akan tumbuh kuat ketika ada motivasi yang tinggi dari pelaku usaha, beberapa kegiatan dari Pemerintah kurang efektif karena kurang optimalnya kegiatan serta hambatan peraturan seperti kegiatan pendampingan yang beruntun periodenya dan faktor penting utama perkembangan industri kreatif

adalah motivasi dari diri sendiri pelaku industri kreatif. Program pengembangan sentra industri potensial telah menciptakan UMKM unggulan seperti batik jonegoroan, gerabah maco, kasur lantai, makanan dan minuman, berbahan lokal, juga blimbing, salak dan pisang.

- c. Jenis Industri Kreatif Kerajinan yang dikembangkan oleh UMKM unggulan di daerah kabupaten Bojonegoro, melalui beberapa industri kreatif yang menonjol adalah produk hasil kerajinan kayu, kasur lantai, makanan ringan ledre, batik, pelepah pisang, dan aneka makanan & minuman.

Adapun jenis industri kreatif:

- (1). Batik Jonegoroan
- (2). Gerabah maco
- (3). Kerajinan Kayu mebel (kasiman dan sukarejo)
- (4). Anyaman Bambu
- (5). Industri kreatif tas dan dompet
- (6). Industri kreatif konveksi.

Pelaksanaan Kebijakan Industri Kreatif Kerajinan sebagai upaya pengembangan UMKM unggulan di Kabupaten Bojonegoro, dengan Industri kreatif mempunyai nilai tambah tinggi dalam mendukung peningkatan perekonomian masyarakat, sehingga perlu perhatian khusus dalam membantu pengembangannya. Untuk dapat disimak sentra IKM sebagai berikut:

Tabel: 4
Sentra IKM Kabupaten Bojonegoro

No.	Sentra	Unit Usaha	Tenaga Kerja		Nilai Investasi	Kapasitas Produksi	Daerah Pemasaran
			L	P			
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Mebel/Desa Sukorejo Kec. Bojonegoro	57	476	12	2.907.000	10.260 set	Nasional, Ekspor
2.	Kerajinan bubuk kayu Desa Batokan, Batet, dan Sambeng, Kec. Kasiman	335	400	66	1.743.500	1.222.750 set	Nasional, Ekspor
3.	Kerajinan Akar Tunggak Jati/ Desa Geneng dan Meduri Kec. Margomulyo	57	256	-	2.850.000	70.560 set	Nasional
4.	Ledre/ Desa Gapluk, Kuniran dan Purwosari Kec. Purwosari dan Desa Padangan Kec. Padangan	214	5	218	107.000	1.540.800 bgks	Lokal, Nasional
5.	Batik/ Desa Jono Kec. Temayang	15	3	40	75.000	15.695 buah	Lokal, Luar Kota
6.	Gerabah seni/ Desa Rendeng Kec. Malo	17	28	1	83.000	17.000 buah	Lokal, Luar Kota
7.	Tahu/ Kel. Ledokkulon Kec. Bojonegoro	138	300	330	5.816.300	1.242.000 kg	Lokal, Luar Kota

8.	Kasur lantai/ desa Selorejo, Gunungsari dan Tulungagung Kec. Baureno	28	179	172	493.850	630.000 unit	Nasional
9.	Kasur Kapuk/ Desa Tapelan Kec. Ngraho	13	19	18	13.000	7.800 unit	Lokal, Luar Kota
10.	Anyaman pelepah pisang/ Desa Pucangarum Kec. Baureno	688	688	688	208.940	2.064.000 buah	Luar Kota
11.	Anyaman pelepah pisang/ Desa Kedungprimpen Kec. Kanor	213	158	212	36.800.000	903.944 Kg	Luar Kota
12.	Pembuatan batu bata/ Kel. Ledokkulon Kec. Bojonegoro	131	262	175	165.500	9.416.000 buah	Lokal, Luar Kota
13..	Pembuatan batu bata/ Desa Mojo, Mojosari dan Pilangsari	267	556	626	1.335.000	48.727.500 buah	Lokal, Luar Kota
14.	Anyaman bambu/ Desa Temu Kec. Kanor	80	86	85	42.550	231.322 buah	Lokal, Luar Kota
15.	Anyaman bambu/ desa Mulyorejo Kec. Tambakrejo	74	76	77	8.695	81030 buah	Lokal, Luar Kota
16.	Anyaman bambu/ Desa Sumuragung Kec. Sumberrejo	34	38	143	15.450	122.400 buah	Lokal, Luar Kota
17.	Pengasapan Ikan/ Desa Kauman Kec. Baureno	41	48	75	67.700	442.800 Kg	Lokal, Luar Kota
18.	Pandai Besi/ Alat Pertanian Desa Kedaton Kec. Kapas	23	31	14	105.000	138.000 buah	Lokal, Nasional
19.	Anyaman Tikar/ Desa Kesongo, Kendung, Mlideg, Pejok, Panjang, Dayu kidul, Tondomulo Kec. Kedungadem	1217	66	1407	121.700	473.400 buah	Lokal, Luar Kota
20.	Kripik Girut/ Desa Ngasem, Dukohkidul, Sambong, Sendangharjo Kec. Ngasem	52	14	66	25.020	93.600 Kg	Lokal
21.	Jamu Tradisional/ Desa Ngablak Kec. Dander	127	8	120	43.500	548.640 botol	Lokal
22.	Makanan Ringan Mie Lidi/ Desa Sumuragung Kec. Baureno	34	77	167	39.550	86.125 Dus	Lokal, Luar Kota
23.	Gerabah Rumah Tangga/ Desa Trate Kec. Sugihwaras	15	16	23	13.100	219.000 unit	Lokal
24.	Aneka Camilan Desa Sukorejo Kec. Bojonegoro	18	8	36	180.000	64.800 Kg	Lokal

Sumber: Disperindag Kab. Bojonegoro 2015 (diolah).

Dari tabel diatas menunjukkan sentra-sentra industri kecil dan menengah serta penyerapan tenaga kerja yang menunjukkan bahwa IKM memang sangat membantu perekonomian secara umum karena IKM meliputi berbagai sektor penerapannya.

6. Gerabah Desa Rendeng, Terobosan Industri Kreatif Masyarakat Bojonegoro

Gerabah mungkin kata yang asing di telinga kita, gerabah merupakan kerajinan tangan yang terbuat dari tanah liat, selain itu bahan lain penyusun gerabah adalah bubuk siwi sebagai campuran warna putih, dan getah damar yang dicairkan dengan cara dimasak bersama minyak tanah dan dicampur dengan cat. Kenapa mencampur getah damar yang dimasak dengan cat. Hal ini bertujuan untuk memberikan efek berkilau pada gerabah.

Indonesia yang kaya akan budaya dan kerajinan tangan yang beraneka ragam tidak pernah berhenti menunjukkan pesonanya. Salah satunya di desa Rendeng kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur. Para penduduk di desa ini memproduksi kerajinan gerabah yang

apik. Kerajinan gerabah di desa ini merupakan peninggalan dari nenek moyang, sehingga tidak heran jika di setiap rumah penduduk di desa ini terdapat hasil kerajinan gerabah yang disusun rapi.

Gerabah biasanya dibentuk menjadi *celengan* (tempat yang digunakan untuk menabung). Tentu saja gerabah sangat bermanfaat melatih kita untuk semangat menabung. Bentuk gerabah bermacam-macam, ada yang berbentuk harimau, sapi, bebek dan masih banyak lagi bentuk bentuk unik lainnya. Harga dari gerabah ini cukup terjangkau, mulai dari Rp.7.000,00 sampai Rp.75.000,00. Gerabah yang berasal dari desa Rendeng ini tidak hanya didistribusikan di kota Bojonegoro saja, namun juga didistribusikan ke daerah-daerah lain seperti Semarang, Solo, hingga madura.

Penasaran ingin tahu bagaimana proses pembuatan gerabah ini. Awalnya pengrajin mengambil tanah liat yang menjadi bahan baku pembuatan gerabah ini di hutan Keliteng, setelah itu tanah liat dibentuk menjadi aneka bentuk celengan. Proses

selanjutnya, celengan ini dijemur dan dibakar. Kemudian celengan siap untuk proses finishing, pada tahap ini celengan atau gerabah ini dilukis dan diberi warna. Bentuk dan ukurannya bervariasi, mulai dari yang kecil sampai yang menyerupai ukuran sebenarnya.

Produksi gerabah di desa Rendeng ini meningkat ketika musim kemarau, karena cuaca yang panas dapat mempercepat proses pengeringan gerabah yang berbahan baku tanah liat tersebut, tentu saja menjadi peluang bisnis, selain itu juga bisa membentuk gerabah ini sesuai dengan selera dan kreasi.

7. Upaya Pemerintah Kab. Bojonegoro terhadap Industri Kreatif

Program industri kreatif batik yang saat ini berkembang di Desa Ngasem mendapat dukungan dari Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dengan menerapkan regulasi kebijakan bagi seluruh jajaran Pemerintahan Kabupaten Bojonegoro untuk menggunakan batik khas Bojonegoro sebagai alat kelengkapan dinas (pakaian).

Kebijakan tersebut menjadi sebuah stimulan yang positif atas tumbuh dan perkembangan industri batik di Desa Ngasem. Proses tumbuh dan berkembangnya industri kreatif batik di Desa Ngasem sebagai hasil pengembangan program yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dengan Lembaga Swadaya Masyarakat Ademos untuk menjadikan industri kreatif batik sebagai salah satu kegiatan ekonomi yang ada di Desa Ngasem.

Sebenarnya pemilihan industri-industri tertentu sebagai suatu strategi tidak ada salahnya. Namun, pengalaman selama ini menunjukkan bahwa kebijakan yang ada tidak selalu konsisten dengan apa yang ingin dicapai, seperti yang dinyatakan oleh Samhadi (2007) berdasarkan pengamatannya selama ini terhadap kebijakan industri nasional sebagai berikut: ... *Kebijakan industri sejak tahun 2000 dapat dikatakan hanya tamal sulam, tidak ada implementasi kebijakan yang fokus dan komprehensif mengenai industri mana yang akan didorong, prasana dan fasilitas apa yang akan diberikan, keterkaitan industri apa yang akan dibangun atau daerah mana yang akan dijadikan basis industri apa, kebijakan industri yang ada*

hanya bersifat responsif. Para menteri hanya membuat kebijakan berdasarkan surat permohonan dari pelaku industri tertentu, sebagaimana halnya dengan insentif perpajakan.

Kurang efektifnya kegiatan industri kreatif diakibatkan komponennya bahan baku lebih banyak tergantung pada impor, salah satu contoh konkret, industri elektronik Indonesia hingga saat ini masih sangat tergantung pada impor komponen dan bahan baku utama, ironisnya bea masuk (BMM) impor bahan baku dan komponen ke Indonesia selama ini berkisar 5% hingga 20%, sedangkan impor produk jadi elektronik dikenai BMM 0%. Selain itu industri elektronik nasional juga dihadapi oleh pemberlakuan pajak penjualan atas barang mewah (PPNBM), untuk sejumlah klasifikasi pendingin udara (AC), televisi, lemari es dan mesin cuci, untuk klasifikasi produk yang sama, Malaysia, Singapura, Filipina dan Thailand tidak memberlakukan PPNBM.

Mengapa ini terjadi karena masih buruknya infrastruktur dan mahalannya serta kelangkaan energi (seperti pemadaman listrik bergilir) dan masih buruknya kinerja pelabuhan adalah tiga contoh lainnya yang mencerminkan tidak seriusnya Pemerintah dalam mengembangkan industri nasional yang berdaya saing tinggi.

KESIMPULAN

Dari pokok bahasan yang dikemukakan, sebagaimana judul kebijakan industri kreatif mendorong ekonomi kerakyatan, maka simpulan dari kajian ini sebagai berikut:

1. Kearifan lokal yang terangkum dalam kekayaan budaya Jawa Timur, akan menjadi faktor penentu usaha berbasis industri kreatif. Pengembangan industri kreatif di Jatim menjadi salah satu cluster strategi utama. Dalam perkembangannya, berpedoman pada Inpres Nomor 6 tahun 2009. Jawa Timur juga menjadi salah satu pokja di pemerintah dalam upaya mengembangkan berbagai macam industri kreatif.
2. Bojonegoro, Selain kaya dengan potensi Minyak dan Gas Bumi (Migas), kabupaten yang terkenal dengan sebutan Bumi Angling Dharma tersebut juga memiliki banyak industri kreatif, seperti halnya industri

Gerabah yang ada di Desa Rendeng Kecamatan Malo Kabupaten Bojonegoro. Namun, Industri tersebut tak sebesar namanya saat di suarakan di panggung-panggung elit pemkab, sebab pelaku industri tersebut banyak mengeluhkan minimnya upaya yang dilakukan pemkab untuk membesarkan industri dari bahan dasar tanah liat tersebut.

3. Penyusunan kebijakan dan strategi untuk mendukung perkembangan ekonomi kreatif. Beberapa diantara yang terkait erat adalah kebijakan dan strategi makro berupa dukungan infrastruktur (transportasi, TIK, permodalan, bahan baku, dan pemasaran.), serta tata ruang dan kewilayahan.
4. Pengembangan infrastruktur dasar di beberapa negara meliputi infrastruktur telekomunikasi (TIK) dan transportasi. di sektor produksi dan distribusi pemerintah melibatkan sektor privat. Untuk memobilisasi sumber daya, pemerintah juga melibatkan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), serta sektor ke tiga yang terdiri dari lembaga non profit, asosiasi profesi, forum warga. Selain itu, peningkatan akses terhadap informasi dan pengetahuan, dukungan juga dikerahkan dengan menyokong keberadaan lembaga pendidikan dan pelatihan, sekolah kejuruan, laboratorium penelitian, pengembangan ruang pendidikan informal, perpustakaan, dan sebagainya.
5. Pengembangan industri kreatif sektor kerajinan di kabupaten bojonegoro, melalui kebijakan industri kreatif di bojonegoro dengan program pengembangan industri mikro, kecil dan menengah (IKM), program pengembangan sentra-sentra industri potensial, program standarisasi industri. Pelaksanaan kebijakan industri kreatif kerajinan dikembangkan oleh pelaku usaha, sehingga tercipta UMKM unggulan di daerah kabupaten bojonegoro.
6. Mendorong ekonomi kerakyatan melalui pengembangan industri kreatif sektor kerajinan di kabupaten bojonegoro, industri akan tumbuh kuat ketika ada motivasi yang tinggi dari pelaku usaha, beberapa kegiatan dari pemerintah kurang efektif karena kurang optimalnya kegiatan serta hambatan

peraturan seperti kegiatan pendampingan yang beruntung periodenya dan faktor penting utama perkembangan industri kreatif adalah motivasi dari diri sendiri pelaku industri kreatif kepariwisataan.

SARAN

Dari rumusan masalah dengan mengacu pada kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka saran diusulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Program pengembangan sentra industri potensial telah menciptakan UMKM unggulan seperti batik jonegoroan, gerabah maco di kabupaten bojonegoro, harus didukung penuh oleh 3(tiga) pilar, melalui suatu kebijakan pemerintah seperti:
 - (a) Dari Pemerintah yaitu arahan edukatif, penghargaan insan kreatif dan konservasi, dan insentif.
 - (b) Dari Bisnis yaitu kewirausahaan, *business coaching and mentoring*, skema pembiayaan, pemasaran dan *business matching*, komunitas kreatif.
 - (c) Dari Cendekiawan yaitu kurikulum berorientasi kreatif dan *entrepreneurship*, kebebasan pers dan akademi, riset inovatif multidisiplin, lembaga pendidikan dan pelatihan.
2. Modal utama yang dibutuhkan di bidang industri kreatif bukan modal fisik skala besar atau mesin besar, melainkan modal tenaga kerja yang kreatif dan tahan banting, penggabungan antara kreatifitas, keahlian, dan bakat individu. Maka harus didorong melalui rekomendasi kebijakan, strategi dan program-program yang tepat seperti yang dilakukan Hongkong dan Singapura.
3. Upaya pengembangan potensi ekonomi kreatif memerlukan rantai nilai yang saling bertaut. Hal ini meliputi aspek penyediaan bahan dasar, proses produksi, sampai dengan distribusi dan konsumsi. Oleh karena itu, kebijakan pengembangan potensi ekonomi kreatif perlu mempertimbangkan potensi kewilayahan serta pengembangan tata ruang yang terintegrasi. Sebuah kota kreatif biasanya memiliki beberapa wilayah penyangga yang menjadi bagian dari keseluruhan rantai nilai yang ada. Pola relasi

ini dapat dibentuk secara sistematis dengan menghubungkan potensi yang berkembang di beberapa kab/kota, kampung ataupun desa sekaligus dalam satu koridor zona kreatif.

4. Pada konteks kebijakan IKM kerajinan, jelas bahwa transformasi IKM kerajinan tradisional untuk menjadi industri kreatif tergantung pada transformasi SDM-nya. Memang tidak mudah mengubah cara berpikir yang terlanjur melekat turun temurun. Inti dari perubahan perilaku adalah perbaikan tingkat pendidikan pengrajin, agar mereka dapat memahami logika berpikir jangka panjang.
5. Saat ini sudah ada kebijakan membentuk klaster industri dalam bentuk sentra, dimana masing-masing sentra terdiri dari kelompok pengrajin binaan. Akan tetapi pada kenyataannya masing-masing anggota kelompok tetap melakukan kegiatan produksi sendiri-sendiri mulai pencarian bahan baku hingga mencari saluran pemasaran. Hal ini menyebabkan beberapa kerugian, antara lain kualitas produk beragam (*tidak ada jaminan kualitas produksi*), kapasitas produksi terbatas, wawasan desain terbatas, karena tidak ada waktu dan biaya untuk studi banding, pemasaran terbatas, karena tidak ada waktu, biaya dan jaringan pemasaran yang luas dan rawan terjadi persaingan harga antar pengrajin yang menyebabkan harga jual tidak bisa tinggi, maka perlu kebijakan standarisasi.
6. Maka diperlukan upaya menger antar IKM yang berkaitan atau yang sejenis terjalin suatu kerja tim. Pada satu tim pengrajin dapat dibagi beberapa kelompok tugas khusus dan saling bersinergi satu sama lain, misalnya bagian bahan baku/ peralatan, bagian desain merangkap penjamin mutu, bagian teknik dan bagian pemasaran. (*masih diperlukan pemetaan jenis industri kreatif yang ada untuk didorong dalam suatu regulasi/kebijakan*).

DAFTAR PUSTAKA

- Ann Dunham, S., *Pendekar-pendekar besi nusantara* (1992), Bandung: Mizan Pustaka
- Bagja Waluya, *Sosiologi: Menyelami fenomena sosial dimasyarakat* (2007), Bandung: PT. Setia Purna Inves

Anggraini, Nenny, 2008. "Industri Kreatif", Jurnal ekonomi Desember 2008 Volume XIII No.3 hal.144-151.

Daryanto. 1997. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Lengkap*. Surabaya: Apollo.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan 14 Sub Sektor Industri Kreatif Indonesia 2009-2025*. Departemen Perdagangan.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2009. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014*. Jakarta: Departemen Perdagangan.

Dermawan Wibisono. *Kebijakan industri Indonesia* : Dalam situs google

Dewi Sri Rochmulyanti. *Teori dan manfaat perdagangan internasional* : Dalam situs google.

Ellya Zulaikha, *Transformasi IKM Kerajinan Tradisional menjadi Industri Kreatif*, dalam personal.its.ac.id/.../2005-ellya.despro-TRANSFOR... hal 6-8

Euis Saedah, *Program Kerja DITJEN Industri Kecil dan Menengah Tahun 2012*, Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.

Eddy Herjanto. *Pemberlakuan SNI Secara Wajib di Sektor Industri: Efektifitas dan Berbagai Aspek Dalam Penerapannya*", Jurnal Riset Industri Vol. V, No.2, 2011, oleh Eddy Herjanto, BPKIMI - Kemenperin (

Fakih, Mansour. 2002. *Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Martodireso, Sudadi, & Agus S.,Widada, *Agribisnis Kemitraan Usaha Bersama, Upaya Peningkatan Kesejahteraan Petani* (2002) Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Nuridin, Churiyah & Ulung , *Gagas Sukses bisnis kaos kreatif* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)
- Simatupang, M.T. 2008. *Industri Kreatif untuk Kesejahteraan Bangsa*. ITB Bandung: Inkubator Industri dan Bisnis.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Qualitative And Quantitative Research Methods). Bandung: Alfabeta.
- Prima, Danang, *50 kesempatan usaha ramahan* (2013) Jakarta: Penerbit titik media
- Putri Soraya, *Studi Industri Kerajinan Serat Agel di Desa Salamrejo Kecamatan Sentolo Kabupaten Kulon Progo*, Skripsi, Program Sarjana jurusan pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Subarnas, Nandang, *Terampil Berkreasi* (2007) Bandung: Grafindo Media Pratama Sane (2007). Home Industri dan koperasi,
- Optimalisasi program kuliah kerja nyata: upaya pengembangan industri kerajinan tradisional di indonesia (oleh : agung maulana juara 2 lomba essay sharia economic camp (sec) di stei tazkia fossei jabodetabek 2015).
- <https://racmatilhamramadhan17.files.wordpress.com/2015/05/...>
- <http://www.antaranews.com/berita/425323/pertumbuhan-industri-kreatif-ditarget-10-persen-pada-2014>
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/6144/Wapres-Akui-Industri-Kerajinan-Terhambat>
- <http://www.infobanknews.com/2012/06/nih-tujuh-sumber-masalah-ekonomi-kreatif/>
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/739/Kemenperin-Optimis-Ekspor-Kerajinan-Tumbuh-5-10-Per-Tahun>